

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Consumer Anxiety* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Buying* pada Gramedia di Tunjungan Plaza”, dapat diterima kebenarannya.
2. *Consumer Anxiety* berpengaruh positif terhadap *Escapism* pada Gramedia di Tunjungan Plaza”, dapat diterima kebenarannya.
3. *Escapism* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Buying* pada Gramedia di Tunjungan Plaza”, dapat diterima kebenarannya.
4. *Gratification Shopping* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Buying* pada Gramedia di Tunjungan Plaza”, dapat diterima kebenarannya.

#### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Praktis

1. Gramedia di Tunjungan Plaza disarankan untuk lebih meningkatkan ketersediaan produk baik secara jenis dan kuantitas.
2. Gramedia di Tunjungan Plaza disarankan untuk lebih meningkatkan promosi sehingga memperbesar peluang pelanggan melakukan pembelian produk.
3. Gramedia di Tunjungan Plaza disarankan untuk lebih meningkatkan kenyamanan untuk pelanggan dalam hal praktik suasana toko dan tampilan toko.
4. Pada variabel *gratification shopping*, nilai jawaban yang tertinggi adalah indikator “bagi saya berbelanja di Gramedia adalah suatu cara untuk menghilangkan stress”. Untuk itu saran yang dianjurkan pada toko buku Gramedia di Tunjungan Plaza adalah tetap menjaga konsistensi toko agar konsumen dapat menghilangkan penat dan juga kejenuhan saat memasuki Gramedia.

### 5.2.2 Saran Akademis

1. Bagi peneliti dimasa akan datang disarankan untuk menambah faktor lain yang memperbesar pengaruh terjadinya pembelian kompulsif seperti jenis *gender*.
2. Bagi peneliti di masa yang akan datang disarankan untuk memperjelas karakteristik responden yang cenderung melakukan pembelian kompulsif.

3. Bagi peneliti dimasa akan datang disarankan untuk memperluas cakupan wilayah Gramedia yang lebih luas, mengingat Gramedia memiliki banyak sekali cabang di Surabaya.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abramowitz, Jonathan S., & Arthur C. Houts. (2005). *Series in Anxiety and Related Disorders-Concepts and Controversies in Obsessive Compulsive Disorder*. New York: Springer, Inc
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77–95  
[http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1).
- Beatty, S. E., & M. E. Ferrel. (1998). Impulse buying: modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169–191.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Journal Consumer behavior*, Ohio: South Western Thomson Learning.
- Budiarto, Andreas, 2012, Pengaruh Motif Berbelanja dan Atribut Toko terhadap Kepuasan Konsumen di Matahari Department Store Kota Malang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Brawijaya.
- Brata, (2014), *penjualan gramedia dalam beberapa tahun*, didapat dari <https://studentstelkomuniversity.com/strategi-gramedia-untuk-mengurangi-kerugian-akibat-penurunan-penjualan-buku/>, diakses 28 januari 2018, pukul 19.00
- Darrat, A.A., Darrat, M.A., and Amyx, D., 2016, How Impulse Buying Influences Compulsive Buying: The Central of Consumer Anxiety and Escapism, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 31: pp 103-108.
- Claes, L., Bijttebier, P., Eynde, F. V. D., Mitchell, J. E., Faber, R., Zwaan, M.d., & Mueller, A. (2010). Emotional reactivity and self-regulation in relation to compulsive buying. *Personality and Individual Differences*, 49(5), 526–530  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2010.05.020>.

- Coombs, Robert H. (2004). *Handbook of Addictive Disorders: a Practical Guide to Diagnosis and Treatment*. Hoboken: John Wiley and Son, Inc.
- Corsini, R. (2002), *Dictionary of Psychology*, Newyork. Brunner-Routledge.
- Csilla, Horvath., and Feray Adiguzel., 2017, Shopping enjoyment to the extreme: Hedonic shopping motivations and compulsive buying in developed and emerging markets, *Journal of Business Research*. dx.doi/10.1016/j.jbusres.2017.07.013.
- Ekowati, Titin, (2009). *Compulsive Buying: Tinjauan Pemasar dan Psikolog*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* no. 1. Universitas Muhammadiyah Purworejo
- Ghozali, Imam. 2013. *Model Persamaan Struktural Konsep & Analisis Dengan Program AMOS 21*. Semarang: UNDIP Press.
- Gwin, C. F., Roberts, J. A., & Martínez, C. R. (2005). Nature vs nurture: The role of family in compulsive buying. *Marketing Management Journal*, 15 (1), 95–107.
- Hamanda Kesumaratih. (2008). Attachment Style pada Wanita yang mengalami Shopping Addiction.. *Skripsi Fakultas Psikologi*. Depok: Universitas Indonesia
- Hendryadi dan Suryani. 2014. Structural Equation Modelling Dengan LISREL 8.80. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara.
- Kacen, Jacqueline J. dan Julie Anne Lee, 2002, The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior, *JOURNAL OF CONSUMER PSYCHOLOGY*, 12(2), 163–176

- Kim, H.S. 2006. Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers. *Journal of Shopping Center Research*, 13 (1), 2006, 57-79.
- Kompas, (2010), *top brand dari gramedia*, didapat dari <http://properti.kompas.com/read/2010/08/18/19253791/toko.buku.gramedia.pertahankan.top.brand>, diakses 28 januari 2018, pukul 18.11
- Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 248–253.
- Mangkunegara, Prabu Anwar. 2003. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Refika.
- Mowen, J. C., & Spears, N. Minor (2002). Understanding compulsive buying among college students: A hierarchical approach. *Journal of Consumer Psychology*, 8(4), 407–430.
- O'Guinn, Faber, R. J, (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of consumer Research*, 19 (3), 459–469.
- O'Guinn, Faber, R. J., & Christenson, G. A. (1996). In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. *Psychology & Marketing*, 13(8), 803–819.
- O'Guinn, Faber, R. J, & T.J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147 <http://dx.doi.org/10.1086/209204>.
- Olvista, (2018), *pengertian dan arti kata mood*, didapat dari <http://olvista.com/apa-itu-mood/>, diakses 22 februari 2018, pukul 21.10

- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., & Denton, F. (1997). Family structure, materialisme, and compulsive consumption. *Journal of Consumer Research*, 23(4), 312–325.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive buying among college students: An investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy. *The Journal of Consumer Affairs*, 32(2), 295–319.
- Roberts, J., Manolis, C., & Tanner, J. (2006). Adolescent autonomy and the impact of family structure on materialism and compulsive buying. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 14(4), 301–314 <http://dx.doi.org/10.2753/MTP1069-6679140404>.
- Rook, D. (1987), The buying impulse, *Journal of Consumer Research*, 14 (2), 189-199.
- Sekaran, Uma. 2006. Research Method for Business, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1 dan 2. Terjemahan Kwan Men Yon. Jakarta: Salemba Empat.
- Summerville, A., & Roese, N. J. (2009). Counterfactual. In D. Matsumoto (Ed.), *Cambridge Dictionary of Psychology* New York: Cambridge University Press.
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel (edisi 2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Workman, L. (2010). The essential structure of compulsive buying: A phenomenological inquiry (Dissertation). *Management Information Systems*, Utah State University.
- Workman, L. & Paper, D., (2010). Compulsive Buying: A Theoretical Framework. *The Journal of Business*, 9 (1), 89-126.

- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1), 71–83.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H. 2009. *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Wikipedia, (2018), *pengertian dan arti eskapisme*, didapat dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Eskapisme> Eskapisme, diakses 10 februari 2018, pukul 15.20
- Wikipedia, (2018), *pengertian dan arti kata stress*, didapat dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Stres/>, diakses 22 februari 2018, pukul 20.25